

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Teori Gadai

##### 1. Definisi Pegadaian

Pengertian pegadaian menurut Susilo (1999) adalah: Suatu hak yang diperoleh oleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau oleh orang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kuasa kepada orang yang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo.<sup>9</sup>

##### 2. Definisi Pegadaian Syariah

Perjanjian gadai dalam Islam disebut *rahn*, yaitu perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang. Kata *rahn* menurut bahasa berarti “tetap”, “berlangsung” dan “menahan”. Sedangkan menurut istilah berarti menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara’ sebagai tanggungan utang; dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima. (Basyir, 1983:50)<sup>10</sup>

Selanjutnya Imam taqiyyudiin Abu Bakar Al-Husaini dalam kitabnya *kifayatul Ahyar Fii Halli Ghayati Al-Ikhtisar* berpendapat bahwa definisi *rahn* adalah:

---

<sup>9</sup> Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, Cet. I, (Jakarta: Penerbit SALEMBA DINIYAH, 2003), 16

<sup>10</sup> *ibid*, 51

“Akad atau perjanjian utang piutang dengan menjadikan harta sebagai kepercayaan atau penguat utang dan yang memberi pinjaman berhak menjual barang yang digadaikan itu pada saat ia menuntut haknya.”

Lebih lanjut Imam Taqiyyudin mengatakan bahwa barang-barang yang dapat dijadikan jaminan utang adalah barang yang bisa dijual belikan. Artinya semua barang yang dapat dijual itu dapat digadaikan.<sup>11</sup>

### 3. Dasar Hukum Gadai

Gadai hukumnya *jaiz* (boleh) menurut al-Kitab, as-Sunah, dan *ijma'* (Sabiq, 1996:139).<sup>12</sup>

#### 3.1. Dalil dari Al-Quran

Surat al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم  
بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۚ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ  
وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai ) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang. Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya itu bertaqwa pada Allah tuhanmu).<sup>13</sup>*

<sup>11</sup> *Ibid*, 52

<sup>12</sup> *Ibid*, 52

<sup>13</sup> QS. Al-Baqarah [2]:283

### 3.2. Dalil dari as-Sunnah

Rasullulah pernah menggadaikan baju besinya kepada orang yahudi untuk ditukar dengan gandum. Lalu orang yahudi berkata: *“sungguh Muhammad ingin membawa lari hartaku.”* Rasullulah kemudian menjawab: *”bohong! Sesungguhnya aku orang yang jujur di atas bumi dan langit. Jika kamu berikan amanat kepadaku pasti aku tunaikan. Pergilah kalian dengan baju besiku menemuinya (HR. Bukhori)*

### 3.3. Ijma' Ulama'

Pada dasarnya para ulama' telah bersepakat bahwa gadai itu boleh. Para ulama tidak pernah mempermasalahkan kebolehannya demikian pula landasan hukumnya. *Jumhur* ulama' berpendapat bahwa gadai disyari'atkan pada waktu tidak berpegian.

## 4. Mekanisme Operasional Gadai Syari'ah

Berjalannya perjanjian gadai sangat ditentukan oleh banyak hal. Antara lain adalah subyek dan obyek perjanjian gadai. Subjek perjanjian gadai adalah *rahin* (yang menggadaikan barang) dan *murtahin* (yang menahan barang gadai). Obyeknya ialah *marhun* (barang gadai) dan *utang* yang diterima *rahin*.

Mekanisme perjanjian gadai atau *rahn* ini dapat dirumuskan apabila telah diketahui, beberapa hal yang terkait di antaranya<sup>14</sup>:

- a. Syarat *rahin* dan *murtahin*
- b. Syarat *marhun* dan utang
- c. Kedudukan *marhun*

<sup>14</sup> Muhammad Sholikul Hadi. *Op. Cit.* 35

- d. Risiko atas kerusakan *marhun*
- e. Pemindahan milik *marhun*
- f. Perlakuan bunga dan riba dalam perjanjian gadai
- g. Pemungutan hasil *marhun*
- h. Biaya pemeliharaan *marhun*
- i. Pembayaran (dalam bahasa Jawa=*nebus*) utang dari *marhun*
- j. Hak *murtahun* atas harta peninggalan

Berdasarkan beberapa aspek tersebut di atas, maka penulis menyajikan alternatif mekanisme aktivitas perjanjian gadai dengan menggunakan dua akad perjanjian. Kedua akad perjanjian ini tergantung pada tujuan atau menggadaikan jaminan dilakukan. Kedua akad tersebut adalah: (1) akad *al-qardul hasan* dan (2) akad *Mudharabah* dan (3) akad *al-bai muqayyadah*.<sup>15</sup>

Akad *Al-Qardul Hasan* dilakukan untuk nasabah yang mengingatkan menggadaikan barangnya untuk keperluan konsumtif. Dengan demikian, *rahin* akad memberikan biaya upah atau fee kepada *murtahin*, karena *murtahin* telah menjaga atau merawat *marhun*.

Akad *mudharabah* diterapkan untuk nasabah yang menginginkan menggadaikan jaminannya untuk menambah modal usaha (pembiayaan investasi modal kerja).

Akad *al-Bai Muqayyadah* dapat dilakukan jika *rahin* yang menginginkan menggadaikan barangnya untuk keperluan produktif,

---

<sup>15</sup> *Ibid*, 46

artinya dalam menggadaikan barangnya *rahn* tersebut menginginkan modal kerja berupa pembelian barang.

## 5. Persamaan, Perbedaan Rahn dan Gadai

Pada satu sisi gadai tanah mirip dengan jual beli. Dalam hal ini hukum Adat menyebutnya sebagai jual gadai. Pada sisi lain mirip *rahn*. Secara rinci persamaan dan perbedaannya diuraikan sebagai berikut:<sup>16</sup>

### 5.1. Persamaan gadai dengan rahn:

- a. Hak gadai berlaku atas pinjaman
- b. Adanya agunan sebagai jaminan utang
- c. Tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan
- d. Biaya barang yang digadaikan ditanggung oleh pemberi gadai
- e. Apabila batas waktu pinjaman uang telah habis, barang yang digadaikan boleh dijual atau dilelang

### 5.2. Perbedaan *Rahn* dan gadai

- a. *Rahn* dalam hukum Islam dilakukan secara sukarela atas dasar tolong menolong tanpa mencari keuntungan; sedangkan gadai menurut hukum perdata di samping berprinsip tolong menolong juga menarik keuntungan dengan cara menarik bunga atau sewa modal yang ditetapkan.
- b. Dalam hukum perdata, hak gadai hanya berlaku pada benda yang bergerak; sedangkan dalam hukum Islam, *rahn* berlaku pada seluruh harta, baik harta yang bergerak maupun yang tidak bergerak.

---

<sup>16</sup> *Ibid*, 41

- c. Dalam *Rahn*, menurut hukum islam tidak ada istilah bunga uang
- d. Gadai menurut hukum perdata, dilaksanakan melalui suatu lembaga, yang di Indonesia disebut Perum Pegadaian; *Rahn* menurut hukum Islam dapat dilaksanakan tanpa melalui suatu lembaga.

Menurut Madzab Hanafi penerimaan *rahn* boleh memanfaatkan barang yang menjadi jaminan utang atas izin pemiliknya, karena pemilik barang itu boleh mengizinkan kepada siapa saja yang dikehendaknya untuk menggunakan hak miliknya, termasuk untuk mengambil manfaat barangnya. Hal itu menurut mereka bukan riba, karena pemanfaatan barang itu diperoleh melalui izin.<sup>17</sup>

## 6. Rukun dan Syarat Sah Gadai

### 6.1. Rukun Gadai

Rukun gadai meliputi orang yang menggadaikan (*Rahin*), barang yang digadaikan (*Marhun*), orang yang menerima gadai (*Murtahin*), sesuatu yang karenanya diadakan gadai, yakni harga, dan sifat akad gadai (Rusyd, 1995:351).<sup>18</sup>

### 6.2. Syarat Sah Gadai

Disyaratkan untuk sahnya akad gadai sebagai berikut:

Berakal, *Baligh* (dewasa), wujudnya *marhun*, *marhun* dipegang oleh *murtahin*.

Asy Syafi'I mengatakan bahwa syarat sah gadai adalah harus ada jaminan yang berkriteria jelas dalam serah terima. Sedangkan Maliki

<sup>17</sup> *Ibid*, 41

<sup>18</sup> *Ibid*, 52

mensyaratkan bahwa gadai wajib dengan akad dan setelah akad, orang yang menggadaikan wajib menyerahkan barang jaminan kepada yang menerima gadai (Sabiq, 1996:141).<sup>19</sup>

## 7. Akad Gadai

Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa penggadaian dianggap sah apabila telah memenuhi tiga syarat. *Pertama*, berupa barang, karena utang tidak bisa digadaikan. *Kedua*, penetapan kepemilikan penggadaian atas barang yang digadaikan tidak terhalang, seperti *mushaf*. Imam Malik membolehkan penggadaian *mushaf*, tetapi penerima gadai dilarang membacanya. *Ketiga*, barang yang digadaikan bisa dijual manakala sudah tiba masa pelunasan utang gadai.

Imam Malik berpendapat bahwa menggadaikan apa yang tidak boleh dijual pada waktu pengadaian dibolehkan, seperti buah-buahan yang belum nampak kebaikannya<sup>20</sup>

### B. Teori Nilai Taksiran

Nilai taksiran adalah nilai atau harga perkiraan tertentu yang akan dijadikan jaminan yang didasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu. Nilai taksiran pada umumnya memiliki kriteria-kriteria tertentu, diantaranya:<sup>21</sup>

- a. Tidak boleh sama atau melebihi harga pasar

---

<sup>19</sup> *Ibid*, 52

<sup>20</sup> *Ibid*, 57

<sup>21</sup> Damanhur dan Leni Darwina, "Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syari'ah Kota Lhokseumawe", Jurnal Aplikasi Manajemen, No.2, Vol. 4 (Maret 2011), 502

- b. Tidak boleh terlalu rendah dari harga pasar, kecuali ketentuan pasar yang berlaku

Adapun pedoman penaksiran dikategorikan berdasarkan pada jenis barangnya. Jenis barang dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: barang kantung yang meliputi emas dan permata, sedangkan barang gudang meliputi mobil, motor, dan barang elektronik lainnya.<sup>22</sup>

#### 1. Barang kantung

##### a. Emas

- Petugas penaksir melihat Harga Pasar Pusat (HPP) dan standar taksiran logam yang telah ditetapkan oleh kantor pusat. Harga pedoman untuk keperluan penaksiran ini disesuaikan dengan perkembangan harga yang terjadi
- Petugas penaksir melakukan penentuan karatase (Pengukuran karat) dengan menggunakan “Jarum Uji” dan berat barang.
- Petugas penaksir menentukan nilai taksiran

##### b. Permata

- Petugas penaksir melihat standar taksiran permata yang telah ditetapkan oleh kantor pusat. Standar ini selalu disesuaikan dengan perkembangan pasar permata yang ada
- Petugas penaksir melakukan pengujian kualitas dan berat permata
- Petugas penaksir menentukan nilai taksiran.

---

<sup>22</sup> Danar Rizky Fauziah, “Aplikasi Akad *Rahn* dan *Ijarah* Dalam Layanan Gadai Syariah di Perum Pegadaian Syariah Unit Kauman Cabang Malang” (Skripsi Sarjana Hukum Bisnis Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim, Kota Malang 2012), 66



## 2. Barang gudang

Barang gudang dengan barang kantung dalam penaksiran berbeda. Yang membedakan harga disesuaikan dengan Harga Pasar Setempat (HPS) bukan Harga Pasar Pusat (HPP). Setelah itu petugas penaksir menentukan nilai taksir.

Setelah barang yang akan dijaminakan ditaksir oleh petugas yang berwenangan dan kompeten di bidang tersebut, kemudian nasabah bisa melakukan transaksi pinjaman dari nilai minimum yaitu Rp. 20.000 hingga nilai maksimum dari nilai barang jaminan tersebut<sup>23</sup>.

Nilai taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.<sup>24</sup>

## C. Teori Biaya

### 1. Pengertian Biaya

Secara umum biaya dapat diartikan sebagai suatu pengorbanan ekonomis guna memperoleh imbalan berupa barang atau jasa yang dapat memberi manfaat ekonomis. Seringkali kita memakai istilah biaya disamakan dengan istilah beban, padahal keduanya memiliki arti yang berlainan. Menurut Mulyadi, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> *Ibid*, 66

<sup>24</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba, 2008), 70-71.

<sup>25</sup> Mulyadi. *Akuntansi Biaya*, edisi ke-6 (Yogyakarta: STIE YKPN, 2005), 8.

Ada 4 unsur pokok yang terdapat dalam definisi biaya secara luas, yaitu:

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
- b. Diukur dalam suatu orang
- c. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya (*cost*) adalah biaya yang akan datang.<sup>26</sup>

## 2. Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi, biaya digolongkan sebagai berikut<sup>27</sup>:

### 2.1. Menurut Objek Pengeluaran

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran, misalnya pengeluaran yang berhubungan dengan telepon disebut “Biaya Telepon”.

### 2.2. Menurut Fungsi Pokok

Dalam perusahaan jasa, biaya dapat digolongkan menjadi 2 kelompok, yaitu:

- a. Biaya Pemasaran, adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dll.

<sup>26</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Op. Cit.* 71

<sup>27</sup> Mulyadi, *Op. Cit.* 8

- b. Biaya Administrasi dan Umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, contohnya gaji bagian akuntansi, gaji personalia, dll.

2.3. Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu Yang Dibiayai ada 2 golongan, yaitu biaya langsung dan tidak langsung.

- a. Biaya langsung (*direct cost*), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung seperti biaya tenaga kerja langsung
- b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik seperti: biaya sewa, listrik, pajak dan lain sebagainya.

2.4. Menurut Perilaku dalam Kaitannya dengan Perubahan Volume Kegiatan

Biaya dibagi menjadi 4, yaitu<sup>28</sup>:

- a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, contohnya; gaji direktur.
- b. Biaya Variabel (*Variable cost*), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh: biaya tenaga kerja langsung.

---

<sup>28</sup> *Ibid*, 9

- c. Biaya Semi Variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel, contoh: biaya listrik yang digunakan.

## 2.5. Menurut Jangka Waktu Manfaatnya

Biaya dibagi 2 bagian, yaitu<sup>29</sup>:

- a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat/benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
- b. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*), pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.

## 3. Biaya Layanan Konsumen

Menurut Philip Kotler biaya layanan konsumen adalah sekumpulan biaya yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, dan menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>30</sup>

Menurut E. Jerome Mc.Carthy dialihbahasakan Gunawan Hutaaruk, biaya layanan konsumen adalah jenis-jenis pengeluaran yang mendukung operasi suatu perusahaan.

<sup>29</sup> *Ibid*, 10

<sup>30</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2000), 41

## D. Teori Pelayanan

### 1. Pentingnya Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian jasa sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Apabila suatu organisasi dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka pelayanan organisasi tersebut dianggap baik. Dimana hal ini akan menimbulkan perasaan senang pada diri nasabah dan akan mendorong nasabah untuk menjadi nasabah potensial. Sebaiknya jika suatu organisasi tidak dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, berarti pelayanan disebut jelek dan nasabah tidak akan tertarik lagi mengambil ulang produk tersebut.

Pelayanan merupakan harapan bagi suatu organisasi untuk memperoleh nasabah atau harapan nasabah. Harapan terhadap pelayanan memberikan kerangka acuan terhadap penilaian yang diberikan oleh suatu organisasi. Penilaian diukur dengan : *desired service* (apa yang diinginkan nasabah bahwa pelayanan itu harus ada) dan *adequate service* (tingkat minimum dari pelayanan yang harus diterima oleh nasabah).<sup>31</sup>

Berry mengatakan bahwa dalam mengembangkan pelayanan efektif secara sistem informasi setidaknya ada lima petunjuk yaitu<sup>32</sup>:

---

<sup>31</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba, 2008), 189

<sup>32</sup> *Ibid*, 190

- a. Mengukur besarnya harapan pelanggan atas pelayanan yaitu organisasi harus dapat mengukur besar harapan yang muncul atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
- b. Menentukan di mana titik kualitas informasi yaitu suatu organisasi harus dapat menetapkan letak berat kualitas informasi yang ingin dicapai.
- c. Mengetahui saran nasabah yaitu suatu organisasi dituntut untuk dapat mendengarkan dan memahami saran nasabah mengenai produknya.
- d. Menghubungkan pelayanan dan output yang dihasilkan oleh suatu organisasi yaitu Solusi Tunai diharapkan mampu mengkaitkan pelayanan dengan tujuan organisasi tersebut.
- e. Menjangkau seluruh pegawai yaitu penerapan sistem informasi dalam pelayanan harus mampu mencakup keseluruhan individu yang terkait di dalam hierarki organisasi.

Berdasarkan pendapat di atas, pentingnya pelayanan yang harus dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah pada saat penyajian jasa gadai harus sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka pelayanan tersebut baik. Sebaliknya jika suatu organisasi tidak dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, berarti pelayanan tersebut disebut jelek dan nasabah tidak akan tertarik lagi melakukan transaksi di suatu organisasi tersebut.

## 2. Tujuan Pelayanan

Sama halnya dengan suatu organisasi atau perusahaan mempunyai suatu tujuan tertentu, begitu juga pemberian pelayanan juga mempunyai tujuan umum menurut Sugiarto antara lain<sup>33</sup>:

### 3.1. Tujuan bagi perusahaan.

Bagi suatu perusahaan pemberian pelayanan bertujuan untuk :

- a. Meningkatkan hasil.
- b. Menghindari perputaran tenaga kerja.
- c. Dapat meningkatkan semangat kerja kepada karyawan.
- d. Bisa memberikan motivasi dan kesetiaan karyawan terhadap perusahaan.
- e. Mengikut sertakan karyawan dalam memecahkan masalahmasalah yang dihadapi perusahaan.
- f. Mengurangi keluhan–keluhan.
- g. Dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan dalam hubungan dengan kesejahteraan sosial.
- h. Memperbaiki hubungan manusia.
- i. Merupakan alat untuk meningkatkan kesejahteraan badaniah dan rohaniah.
- j. Memperbaiki kondisi kerja.
- k. Menambah perasaan aman.
- l. Memperbaiki sikap karyawan yang menguntungkan terhadap pekerjaan dan lingkungan.

---

<sup>33</sup> Sugiarto, Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa (Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Utama,2002), 36.

### 3.2. Tujuan bagi karyawan perusahaan.<sup>34</sup>

- a. Dapat memberikan kenikmatan melalui fasilitas yang dengan cara lain tidak tersedia.
- b. Memberikan kepuasan kerja.
- c. Menghindari perasaan tidak aman.
- d. Memotivasi keinginan untuk kemajuan perseorangan.
- e. Memberikan kesepakatan tambahan untuk memperoleh status.
- f. Memberikan kompensasi tambahan.

### 3.3. Bagi masyarakat pengguna layanan<sup>35</sup>

Pelayanan yang mudah ramah, cepat, cermat, tepat waktu serta tidak berbelit-belit yang diberikan oleh suatu perusahaan merupakan suatu yang esensial bagi masyarakat pengguna layanan yang tidak memungkinkan untuk mendapatkan pelayanan kesejahteraan yang mahal.

## 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Ada dua faktor yang mempengaruhi Pelayanan yaitu Pelayanan yang diharapkan dan Pelayanan yang dirasakan. Apabila pelayanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan baik dan memuaskan.<sup>36</sup>

Citra pelayanan yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia rasa, melainkan berdasarkan persepsi nasabah. Persepsi nasabah terhadap

---

<sup>34</sup> *Ibid*, 36

<sup>35</sup> *Ibid*, 36

<sup>36</sup> *Ibid*, 37



pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Pelayanan yang diharapkan merupakan penilaian nasabah terhadap keseluruhan keunggulan produk. Kemudian pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan.

Berdasarkan pendapat di atas, apabila pelayanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan baik dan memuaskan pihak nasabah.

#### 4. Indikator Pelayanan

Rambat Lupiyoadi mengungkapkan bahwa indikator Pelayanan dalam mengetahui Pelayanan suatu organisasi itu sudah baik adalah :<sup>37</sup>

- a. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu organisasi dalam membuktikan eksistensinya kepada pihak internal, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan kepegawaian.
- b. *Liability* atau keandalan yaitu kemampuan suatu organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (Responsif) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

---

<sup>37</sup> Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik) (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 148

- d. *Assurance* atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai dalam suatu organisasi untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada organisasi.
- e. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

Pelayanan sangat diperlukan pada setiap suatu organisasi kecil maupun besar, karena pelayanan yang baik sangat penting dan bermanfaat bagi nasabah. Apabila nasabah puas dalam pelayanan suatu organisasi, maka nasabah berinisiatif mengambil kembali produk-produk/jasa pada suatu organisasi tersebut.<sup>38</sup>

## **E. Teori Keputusan Nasabah**

### **1. Pengertian Keputusan Nasabah**

Keputusan nasabah dalam mengambil produk adalah suatu tindakan memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Keputusan nasabah dalam mengambil adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pengambilan produk, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif lainnya.<sup>39</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah adalah suatu poses yang dilakukan nasabah pada saat mengambil produk tertentu, kemudian nasabah memilih satu alternative dari beberapa alternatif yang ada.

---

<sup>38</sup> *Ibid*, 148

<sup>39</sup> Griffin, J., *Customer loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta : Erlangga, 2003), 118.

## **2. Pentingnya Keputusan Nasabah**

Keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai, sangat penting sebelum nasabah bertransaksi di suatu organisasi tertentu. Keputusan bermaksud agar tidak adanya hambatan baik yang besar maupun yang kecil, sehingga perlu diambil suatu keputusan. Keputusan yang diambil dapat saja menimbulkan efek dan memunculkan masalah pada bidang yang lain, sehingga saat mengambil keputusan harus cermat dalam hal ini agar kerja organisasi dapat terus mendekati tujuan yang telah di rencanakan sebelumnya.

Suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang nasabah yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Dengan demikian, ia harus mengambil keputusan produk apa yang akan dipilihnya, atau ia harus memilih satu dari beberapa pilihan produk yang ada.

Berdasarkan pendapat di atas, keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai, sangat penting sebelum nasabah bertransaksi di suatu organisasi tertentu. Agar tidak adanya hambatan yang besar maupun kecil pada saat bertransaksi dan sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

## **3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah**

### **1. Faktor Internal**

- a. Faktor pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Karakteristik ini meliputi usia, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, pendapatan. Orang akan mengambil atau tidak suatu produk akan disesuaikan dengan

keadaan yang terus berubah. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil produk gadai di suatu bank ataupun lembaga keuangan. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan kepribadian dan konsep diri dapat diartikan sebagai karakter psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.<sup>40</sup>

- b. Faktor psikologis dapat dibedakan menjadi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi diartikan suatu kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup mendesak dan menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan yang diterimanya. Kondisi psikologis seseorang akan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan seperti dalam menggunakan jasa gadai. Sebagai contoh seseorang yang sedang membutuhkan uang atau barang maka ia akan cenderung berusaha untuk memenuhinya dan salah satu jalan yang diambil adalah dengan menggadaikan barang berharganya pada lembaga keuangan tertentu.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: PT. Indeks Kelompok. Gramedia, 2005), 267

<sup>41</sup>*Ibid*, 213

## 2. Faktor Eksternal

- a. Faktor sosial adalah faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga, rekan kerja, teman, dan tetangga dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Keluarga merupakan organisasi nasabah atau konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga terdiri atas orang tua dan anak-anak yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pengambilan produk gadai yang ditawarkan oleh suatu bank atau lembaga keuangan lainnya.
- b. Faktor lokasi, Pelayanan dan Prosedur Kredit dari Bank atau lembaga keuangan yang menawarkan gadai bagi nasabah. Lokasi merupakan tempat dimana bank atau lembaga keuangan lainnya melakukan kegiatan sehari-hari terutama kegiatan transaksi dengan nasabahnya. Lokasi yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap jumlah nasabah sebuah bank atau lembaga keuangan lainnya, misal Lokasi yang mudah dijangkau akan mendorong nasabah untuk datang melakukan transaksi seperti melakukan transaksi gadai. Pelayanan pelanggan (*customer service*) adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan organisasi atau badan usaha dalam persaingan melalui pemberian/perjanjian pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah.

Pelayanan yang baik dan prima disertai dengan sarana dan prasarana yang mendukung akan menarik nasabah untuk terus datang guna melakukan transaksi serta akan menjadi salah satu faktor yang akan mendorong calon nasabah lainnya.<sup>42</sup>

#### **4. Nilai Taksir dan Keputusan Nasabah**

Nilai taksir ialah nilai yang dijadikan harga perkiraan yang didasari harga jadi, pasar, dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu, dimana nilai taksir tidak boleh sama atau melebihi harga pasar dan tidak boleh terlalu rendah oleh harga pasar. Tentu nilai taksir dari tiap pegadaian berbeda namun nilai taksir yang tinggilah yang bisa mendapat respon positif dari nasabah karena jasa atau produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan mereka.

Nilai taksir yang tinggi, selain mendapat respon yang positif dari nasabah, juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan jasa pegadaian tersebut. Kepuasan nasabah inilah yang menjadikan nasabah tertarik terhadap pegadaian tersebut dan memengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan ketika memilih suatu jasa pegadaian.

#### **5. Biaya-biaya dan Keputusan Nasabah**

Biaya secara umum adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

---

<sup>42</sup>Boediono, Teori Pertumbuhan Ekonomi(Yogyakarta: BPFE, 1999), 11.

Biaya yang digunakan oleh pegadaian syariah termasuk dalam kategori biaya pemeliharaan, karena biaya yang berfungsi mempertahankan atau memperpanjang kapasitas barang investasi milik nasabah. Barang yang digadaikan oleh nasabah kepada pihak pegadaian syariah akan dipelihara dan dijaga sebaik mungkin, maka dari itu diperlukannya biaya pemeliharaan.

Adanya perbandingan biaya di pegadaian konvensional dan pegadaian syariah juga menuntut nasabah untuk memutuskan menggunakan jasa gadai mana yang ia gunakan. Sehingga biaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai syariah.

## **6. Pelayanan dan Keputusan Nasabah**

Pelayanan merupakan perbuatan organisasi yang memberikan kepuasan pelanggan atau nasabah dimana hal ini merupakan proses atau upaya terencana yang dilakukan organisasi dalam pemberian perjanjian agar pelayanan tersebut memberikan kepuasan optimal bagi nasabah. Tentunya pelayanan yang diberikan oleh pegadaian dimaksudkan agar sesuai dengan harapan nasabah sehingga memunculkan perasaan senang yang mendorong nasabah untuk menjadi nasabah potensial.

Namun, jika pegadaian memberikan pelayanan yang buruk, maka nasabah tidak tertarik lagi pada jasa yang ditawarkan oleh pegadaian dan memungkinkan nasabah untuk mencari jasa pegadaian lain, karena suatu organisasi atau perusahaan yang baik seharusnya dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga pelayanan

terhadap nasabah menjadi penting karena dapat memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih jasa pegadaian.

## **F. Hipotesis**

Hipotesis merupakan proposisi yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya.<sup>43</sup> Berdasarkan kajian teori maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan antara nilai taksir terhadap keputusan nasabah di Pegadaian Syariah Unit Bunul
2. Terdapat pengaruh negatif signifikan antara biaya-biaya terhadap keputusan nasabah di Pegadaian Syariah Unit Bunul
3. Terdapat pengaruh positif signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah di Pegadaian Syariah Unit Bunul

---

<sup>43</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004) 13.